

Al curso de gestión cultural le precede su propia historia

Por Amparo Porta. Directora del curso de gestión cultural de sociedades musicales.

“Al curso de gestión cultural de sociedades musicales le precede su propia historia, nosotros sólo hemos normalizado una necesidad social que existe en la cultura valenciana de primer orden, la cultura popular”.

UNA TARDE EN ALTEA

Era el día de la final del 36 Certamen Internacional de Bandas de Música Villa de Altea 2007 y tuve el placer de asistir junto con un grupo de profesores invitados de universidades de Chile, Argentina y Brasil. El auditorio tenía una acústica excelente, el público llenaba por completo el recinto y en la calle quedaba mucha gente a la espera de una entrada sobrante para poder asistir a un concierto muy esperado que fue, sencillamente, magnífico. Se notaba rápidamente que era un evento especial, el ambiente rezumaba una energía vibrante y compartida que hablaba de fuerza, tradición, orgullo, paisajes, luz, lengua, tímbrica, sonidos, escalas, formas musicales, texturas sonoras y también de complicidad, participación y democracia. Enraizado hasta el fondo para llegar a la superficie en la que emergía como una fiesta, este era, sin lugar a dudas, un tejido musical de grandes dimensiones. Y pensé, mirando la cara de emoción contenida de los profesores extranjeros que me acompañaban, esta es mi tierra ¿dónde más podría ocurrir?

De respiraderos para abajo

Los andaluces, cuando hablan de la Semana Santa dicen que la verdadera fiesta se vive de respiraderos para abajo, hablan de los agujeritos que tienen los pasos, por donde los costaleros ven la fiesta de la calle que se crea alrededor de su propia presencia. Así, las sociedades musicales son una de las manifestaciones más peculiares y consolidadas de nuestra cultura. El gusto valenciano por la música no es una casualidad, tiene sus raíces en la cultura mediterránea y una de sus formas de articulación y expresión más logradas es el movimiento asociativo



Inauguración del curso en la UJI de Castellón.

musical. Aquella tarde, el Palau de Altea estaba lleno de una suma de energías. El público repetía un ritual musical conocido y deseado. En el escenario, los intérpretes, de diez a ochenta años, ocupaban todo el espacio donde sin partituras facilitadas, cada uno escuchaba a la vez que interpretaba la propia banda tocando para él y con el honor de participar en la materialización de la obra, llamada minutos antes en sus atriles y preparada durante meses en ensayos realizados en locales propios, instrumentos proporcionados inicialmente por las

propias bandas donde, la mayoría de ellos, han aprendido, también, el lenguaje de la música en sus escuelas. La obra obligada era un estreno de un joven compositor valenciano. Los analistas dicen que las programaciones de auditorios y salas de conciertos se nutren de unas cien obras de la Historia de la Música y esa reducción cubre la práctica totalidad de las programaciones. La presencia de obras de autores vivos es escasa salvo en el entorno del pop rock y, ahí, de nuevo, se vio una apuesta de apoyo, modernidad y defensa de lo propio.



El mito de Pigmalión

Pigmalión se enamoró de su propia creación y aquella forma de expresión se convirtió en el motor de su energía vital. Las asociaciones musicales tienen como objetivo el mantener su obra por excelencia: la banda de música y todo el colectivo se identifica con ella. Sin duda alguna es una manifestación cultural vinculada al medio natural y social que les da existencia y cobertura desde el punto de vista cultural. Sin embargo, el hábitat sonoro de las asociaciones musicales es una respuesta a un medio cultural que existe entre otros, no sólo de forma simultánea sino también superpuesta y mestiza.

EL HÁBITAT SONORO

La música ocupa hoy en día una parte importante de nuestras vidas en entornos múltiples, variados y muchas veces simultáneos. La encontramos en la información, la diversión y el ocio, el conocimiento y la investigación o en el espacio de la tradición y la memoria, por citar algunos de los más destacados, posee un alto poder de persuasión y es generador de opinión. Sus grandes espacios de acción son el contexto mediático que la utiliza de forma ventajosa

e intencionada, el contexto espectacular que se mueve a través de las emociones y es uno de los emblemas más importantes de nuestra época, el contexto educativo y académico, encargado de recibir la música de forma construida, no como impacto, con niveles de comprensión cada vez más especializados porque la música representa un alto valor de la cultura de la humanidad. Este entorno contribuye además a la creación de herramientas que permitan al ciudadano comprender la realidad sonora como una parte del mundo en que vivimos y, además, pone en contacto el verbo saber con el verbo sentir, y también compartir, por su universalidad, haciendo de eslabón entre culturas, etnias y lenguas diferentes. El contexto popular es el encargado de albergar el imaginario, aquel lugar indeterminado en el que habita la memoria colectiva y en el que tiene un espacio reservado. La música, sin hablar, recorre paisajes, tradiciones, ceremonias, rituales y costumbres para poner en relación a personas de diferentes edades y culturas que encuentran un hilo que les une e identifica.

Estos cuatro contextos están presentes en las

sociedades musicales aunque en proporciones y posiciones relativas diferentes. Así, pues, con la mirada puesta en su desarrollo histórico, y atentos a las superposiciones dominantes de la globalización, los valores contradictorios de la postmodernidad y las estrategias mediáticas y espectaculares de la música de consumo, pero también con todos los avances que la sociedad del conocimiento nos brinda, desde el ámbito universitario nos preguntamos ¿Qué características ha de tener una asociación musical moderna y cuales han de ser sus fórmulas de acción en el siglo XXI. Es decir ¿Cómo gestionar en la actualidad la cultura que emana de ellas?

Las características de las sociedades musicales determinan su marco y tejido inicial, pero, nosotros no hablamos de mínimos, hablamos de una gestión cultural dirigida a un colectivo que necesita para crecer de las estrategias profesionalizadoras de la gestión cultural moderna, para desarrollar cualquier iniciativa.

El don de la lámpara de Aladino

Herbart es considerado el padre de la Pedagogía y nos habla de que tres es el mínimo necesario en



**LA NOSTRA MANERA
D'ENTENDRE LA MUSICA**
www.nostramusica.com

NOSTRAMÚSICA

MISSA DIRECCION:
C/VENEZUELA, 8 46007 VALENCIA
TEL: 963 586 161 FAX: 963 586 162



Educación: la cultura, el agente y el sujeto. Desde el lado del sujeto destacamos algunos elementos: el deseo como determinante máximo del cambio, la elección como la posibilidad de decir sí en oposición a no. La fragilidad del cachorro humano, condenado para siempre a aprender y la memoria, es decir, la capacidad de recuperar el pasado para recordarlo, incorporarlo y también para intervenir en el presente como carga, como patrimonio o como ambas cosas. El segundo de los elementos del triángulo de Herbart es el agente que, en nuestra sociedad, la más interconectada y cambiante de la Historia, es un agente que no deja de ser sujeto. Este oficio dinamizador o de gestión tiene entre sus mejores tareas la de ser capaz de estimular el deseo del colectivo, orientarlo hacia la autodeterminación y movilizar la cultura para conseguir el don del que habla la fábula de Aladino y el genio de la lámpara. No se consiguen cosas, se consigue la posibilidad de conseguirlas, es decir, las herramientas. El tercer elemento es la cultura, con la que encontramos la justificación y el sentido de todo el desarrollo expresivo y artístico, porque hablamos de identidad, memoria, patrimonio e imaginario. Así, pues, la cultura es el propio tejido social de las asociaciones musicales en las que el sujeto activo es uno de sus mejores logros porque son voluntarias, lúdicas, apoyan el aprendizaje y tienen como uno de sus elementos destacados la conservación de la tradición. Y el elemento faltante, el agente, lo ocuparían todas aquellas personas que de forma anónima o reconocida trabajan para dinamizar la asociación y en los que la figura del gestor cultural aparece como una pieza clave.

Para todos aquellos que ocupan un lugar en el vértice del agente dentro de este triángulo dinámico y que piensan que existen posibilidades de acción y profesionalización va dirigido el curso de gestión cultural.

CURSO GESTIÓN CULTURAL DE SOCIEDADES MUSICALES

El curso de especialización en gestión de sociedades musicales nace como respuesta a la necesidad de modernización de uno de los sectores generadores de la peculiaridad musical de la sociedad valenciana. Con unos valores incuestionables y un fuerte calado popular, tienen ahora el mejor reto y garantía de

10 Razones para realizar el curso de gestión cultural de sociedades musicales

1. Perfil innovador: único curso en España
2. Carácter interdisciplinar
3. Adquisición de habilidades profesionalizadoras
4. Inmejorable sistema de becas: 50% de la matrícula a nacidos o residentes en Castellón
5. Incorporación a una bolsa de trabajo
6. Título oficial de Especialista en Gestión Cultural de las Sociedades Musicales.
7. Gran demanda social
8. Prácticas en instituciones de reconocido prestigio y alta gestión cultural en una amplia área del territorio valenciano, que cubre las zonas de Castellón, Valencia y Gandía.
9. Acceso a la práctica de gestión cultural desde un abanico de posibilidades: Gestión Institucional, Sociedades Musicales, Escuelas de Música, Auditorios, CEFIREs
10. Ninguna opción universitaria reúne los contenidos, perfiles y ponentes de este curso

autonomía en su normalización y profesionalización. Este curso tiene como finalidad proporcionar los instrumentos y estrategias necesarios para desarrollar una gestión cultural de amplia cobertura y alcance. Su objetivo, por tanto, es doble, por un lado profesionalizar la gestión cultural de las sociedades musicales ya existente y dotarla de las habilidades necesarias para su desarrollo de una forma eficaz, creativa y moderna, y, por otro lado, ofrecer un nuevo perfil académico que satisfaga las necesidades formativas de un sector que puede encontrar en ella la posibilidad de un puesto de trabajo cualificado en un plazo de tiempo muy corto debido a su gran demanda social. Consta de un total de 200 horas divididas en bloques de contenido presencial y prácticas profesionales. La selección de contenidos está organizado en cuatro grandes apartados: Instrumentos jurídicos y estratégicos, Habilidades organizativas y de gestión, Habilidades comunicativas y, por último, Gestión y Dirección de Sociedades Musicales. Cuenta con expertos en dirección de orquesta y grupos instrumentales, legislación e informática musical responsables de instituciones y programadores musicales, historiadores, pedagogos, economistas y expertos en marketing, publicistas, así como profesionales de prensa y radio. Las prácticas están previstas en el Instituto Valenciano de la Música, Federación de Sociedades Musicales, Diputaciones de Castellón y Valencia, CEFIREs, Castellón Cultural, Escuelas de Música y Sociedades Musicales de reconocido

prestigio. El curso incluye, entre otras propuestas, un sistema tutorizado y de asesoramiento para la realización de proyectos, técnicas de trabajo cooperativo, conferencias, talleres, clases teórico-prácticas, materiales de apoyo y también visitas a certámenes, eventos y festivales e incorporación en bolsa de trabajo. El sistema de becas es uno de los grandes atractivos de este curso que actualmente cubre el 50% de la matrícula de los residentes en la provincia de Castellón y 5 becas para asociados de la FSMCV. Por último, con esta primera promoción se abre una bolsa de trabajo para atender las urgentes demandas del sector.

MIRANDO AL FUTURO

Este año el curso prácticamente ha colgado el cartel de no hay billetes, la procedencia de los participantes es variada aunque la totalidad están vinculados a sociedades musicales, son componentes de asociaciones o escuelas musicales en activo y vienen de diferentes localidades de Castellón, Valencia, Alicante y A Coruña.

Así, pues y para terminar con una pincelada moderna, nos apoyamos en las estrategias publicitarias y de marketing para mostrar de forma sintética y muy directa un resumen en formato de decálogo con el que os animamos a participar en la 2ª edición que estamos preparando y que comenzaremos, tal y como ha ocurrido en esta 1ª edición en la Universitat Jaume I de Castellón en noviembre de 2009. Os esperamos.

